



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL SUZUKI
(Studi Kasus di Dealer Suzuki Mobil Kudus)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

VIKI NURLITA

NIM. 2013-11-087

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2017**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MOBIL SUZUKI
(Studi Kasus di Dealer Suzuki Mobil Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

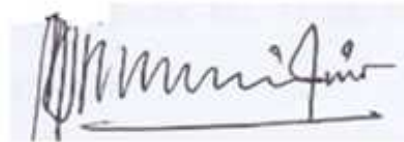
Kudus, 2017

Mengetahui,
Ketua ProgDi



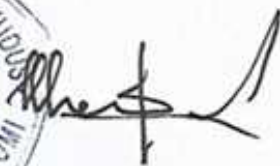
AGUNG SUBONO, SE, M.Si
NIDN. 00520017602

Pembimbing I



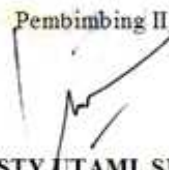
Dra. Hj. PANCA WINAHYUNINGSIH, MM
NIDN. 0608086402

Mengetahui,
Dekan



Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



RATIH HESTY UTAMI, SE, MM
NIDN. 0624018301

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhan-mu yang menciptakan.
(Al-'Alaq : 1)

“Hanya kepada Engkau-lah kami menyembah dan Hanya kepada Engkau-lah kami
mohon pertolongan”
(Q.S Al Fatihah: 5)

“Tuntut ilmu dan belajarlah (untuk ilmu) ketenangan dan kehormatan diri dan
bersikaplah rendah hati (Tawadhu) kepada orang yang mengajar kamu”
(Sabda Rosulullah SAW, HR At. Tirmidzi Ibnu Majah)

Persembahan :

1. *Bapak dan Ibuku*
2. *Kakakku*
3. *Almamter UMK*

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati, pertama-tama penulis memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL SUZUKI (Studi Kasus di Dealer Suzuki Mobil Kudus)** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Dalam kesempatan pula penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis selama penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus yang telah memberi izin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Agung Subono, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah memberikan izin untuk mengadakan penelitian penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM, selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

4. Ibu Ratih Hesty Utami, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.
6. Karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak membantu hingga tersusunnya penulisan skripsi ini.
7. Bapak dan ibu serta keluargaku yang telah memberikan dukungan dan semangat.
8. Pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun untuk penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis akan bersenang hati untuk menerima kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat. Amin.

Kudus, 2017

Viki Nurlita

NIM. 2013-11-087

ABSTRAK

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL SUZUKI (Studi Kasus di Dealer Suzuki Mobil Kudus)

VIKI NURLITA
NIM. 2013-11-087

Dosen Pembimbing I Dra. Hj. PANCA WINAHYUNINGSIH, MM
Dosen Pembimbing II RATIH HESTY UTAMI, SE, MM

Penelitian ini menguji pengaruh produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil Suzuki baik secara parsial berganda. Jenis dari penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Sampel penelitian 68 responden. teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *accidental sampling*. Pengumpulan Data menggunakan daftar pertanyaan (*questionnaire*). Uji Instrumen Data menggunakan uji Validitas dan reliabilitas. Analisis data meliputi analisis regresi Linier berganda, uji Hipotesis, koefisien determinasi, koefisien Determinasi. Berdasarkan hasil pengujian disimpulkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel produk terhadap keputusan pembelian Mobil Suzuki di Dealer Suzuki Mobil Kudus, didasarkan dari nilai t_{hitung} sebesar $2,510 > t_{tabel}$ sebesar 1,998, dan *prob. Sig* sebesar 0,015 tingkat signifikan di bawah 0,05. Ada pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap keputusan pembelian Mobil Suzuki di Dealer Suzuki Mobil Kudus, didasarkan dari nilai t_{hitung} sebesar $2,455 > t_{tabel}$ sebesar 1,998, dan *prob. Sig* sebesar 0,017 tingkat signifikan di bawah 0,05. Ada pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi terhadap keputusan pembelian Mobil Suzuki di Dealer Suzuki Mobil Kudus, didasarkan dari nilai t_{hitung} sebesar $3,658 > t_{tabel}$ sebesar 1,998, dan *prob. Sig* sebesar 0,017 tingkat signifikan di bawah 0,05. Ada pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap keputusan pembelian Mobil Suzuki di Dealer Suzuki Mobil Kudus didasarkan dari nilai t_{hitung} sebesar $2,817 > t_{tabel}$ sebesar 1,998, dan *prob. Sig* sebesar 0,017 tingkat signifikan di bawah 0,05.

Kata kunci : Produk, harga, lokasi, promosi, dan keputusan pembelian.

*THE INFLUENCE OF THE MARKETING MIX
AGAINST THE DECISION OF THE PURCHASE
SUZUKI CARS
(Case study on the Suzuki Car Dealer Kudus)*

VIKI NURLITA
NIM. 2013-11-087

Advisor I Dra. Hj. PANCA WINAHYUNINGSIH, MM
Advsiro II RATIH HESTY UTAMI, SE, MM

This study tested the influence of product, price, location, and the promotion of car purchasing decisions against Suzuki both partially double. Type of this research is quantitative descriptive. Sample research 68 respondents. the technique of sampling done by accidental sampling. Data collection using the questionnaire (questionnaire). Instrument Test Data using the test validity and reliability. Data analysis includes a linear regression analysis of the verganda, test the hypothesis, the determination coefficient, the coefficient of Determination. Based on the test results it was concluded there was significant influence between the variable products Car buying decision against Suzuki in Suzuki's Car Dealership, based on the value of thitung 2.510 > ttabel of 1.998, and prob. Sig of a significant level of 0.015 below 0.05. There is a signifikan between the variables influence the prices of car buying Car Suzuki Dealers Suzuki in Holy, based off the value of the thitung of ttabel > amounting to 2.455 1.998, and prob. Sig of 0.017 significant levels below 0.05. There was significant influence between the variable location of car buying Car Suzuki Dealers Suzuki in Holy, based off the value of 3.658 thitung > ttabel of 1.998, and prob. Sig of 0.017 significant levels below 0.05. There was significant influence between the variable promotion Car buying decision against Suzuki in Suzuki Car Dealers based on the value of the Holy thitung of 2.817 > ttabel of 1.998, and prob. Sig of 0.017 significant levels below 0.05.

Key words: product, price, location, promotions, and purchasing decisions.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	3
1.3. Perumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Bauran Pemasaran	7
2.2. Variabel-Variabel Dalam Bauran Pemasaran Jasa	7
2.3. Keputusan Pembelian	20
2.4. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	24
2.5. Kerangka Teoritis	30
2.6. Hipotesis	31
BAB. III. METODE PENELITIAN	33
3.1. Rancangan Penelitian	33
3.2. Variabel Penelitian	33
3.3. Jenis dan Sumber Data	36
3.4. Populasi dan Sampel	37
3.5. Pengumpulan Data	38
3.6. Uji Instrumen Data	38
3.7. Pengolahan Data	45
3.8. Analisis Data	46
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.1. Gambaran Umum Dealer Suzuki Mobil Kudus	50
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	51
4.1.3. Cara Penanganan Keluhan Pelanggan	50
4.1.4. Pelayanan Prima dan Fasilitas Penunjang	51
4.2. Penyajian Data	53
4.2.1. Deskripsi Responden	53
4.2.2. Penilaian Responden terhadap Variabel Produk, Harga, Lokasi, Promosi, dan Keputusan Pembelian Mobil Suzuki di Dealer Suzuki Mobil Kudus	55
4.2.3. Analisis Data	58
4.3. Analisis Data	60
4.3.1. Analisis Regresi	60
4.3.2. Uji Hipotesis	62
4.3.3. Pengujian Pengaruh Secara Bersama-sama dengan Uji F.....	67
4.3.4. Besarnya Pengaruh Produk. H	65
4.4. Pembahasan	69
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1. Kesimpulan	73
5.2. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Volume Penjualan Dealer Suzuki Mobil Kudus	3
3.1. Hasil Perhitungan Validitas Variabel Produk	39
3.3. Hasil Perhitungan Validitas Variabel Harga	40
3.4. Hasil Perhitungan Validitas Variabel Promosi	42
3.5. Hasil Perhitungan Validitas Variabel Keputusan Pembelian	43
3.6. Hasil Pengujian Reliabilitas	44
4.1. Jenis Kelamin	58
4.2. Umur	54
4.3. Pekerjaan Responden	54
4.4. Tanggapan Responden terhadap Produk Mobil Suzuki di Dealer Suzuki Mobil Kudus	55
4.5. Tanggapan Responden terhadap Harga Mobil Suzuki di Dealer Suzuki Mobil Kudus	56
4.6. Tanggapan Responden terhadap Lokasi Mobil Suzuki di Dealer Suzuki Mobil Kudus	57
4.7. Tanggapan Responden terhadap Promosi Mobil Suzuki di Dealer Suzuki Mobil Kudus	58
4.8. Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki di Dealer Suzuki Mobil Kudus	59
4.9. Hasil Output Estimasi dan Uji t/Regresi Parsial	60
4.10. Hasil Estimasi Regresi	61
4.11. Uji Hipotesis Pengaruh Secara Parsial Produk (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3) dan Promosi (X_4) terhadap Keputusan pembelian (Y)	63
4.12. Hasil Output Uji F	68
4.13. Hasil Pengujian Hipotesa dengan Uji F	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Gambar Kerangka Pikir	31
Gambar 4.1. Implementasi Kerangka Pemikiran Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki (Studi Kasus di Dealer Suzuki Mobil Kudus)...	73

